

JIJA, VOLUME 5 No. 4, NOVEMBER 2017

**KELAYAKAN EKONOMI DAN PEMASARAN KAKAO
DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN***(The Economic Feasibility and Marketing of Cocoa in South Lampung Regency)*

Rio Khusnul Rizal, Ali Ibrahim Hasyim, Suriaty Situmorang

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung 35145, HP. 085658657181, e-mail: riokrizar@gmail.com**ABSTRACT**

The purposes of this research are to analyze the economic feasibility of cocoa farming and market of cocoa. This research is conducted in two cocoa production centers of South Lampung Regency, Merbau Mataram and Way Panji sub districts. This research is conducted by survey method. The first goal is analyzed by investment criteria and sensitivity rate. The second goal is analyzed by marketing chain, market structure and marketing margins. The research results showed that at 16.31% of interest rate, the 20 years length of intensive cultivation of cocoa farming in South Lampung Regency deserved NPV of Rp54,631,300.84; IRR 45.66%, Net B/C Ratio 8.20; Gross B/C 1.84 and PP 5.42. The changes were the production cost increase of 6.51%, the production quantity decrease of 6.74% and the production price decrease of 18.85%, but the farm was still in the state of intensive cocoa feasible and profitable. There are two marketing chain in South Lampung Regency, the market structure was oligopsonistic market with the distribution of ratio profit margin (RPM) was uneven.

Key words: cocoa, economic, feasible, marketing

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasil kakao terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana. Kakao merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan penyumbangan devisa negara terbesar ketiga sub sektor perkebunan setelah karet dan kelapa sawit. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah sentra penghasil kakao di Indonesia. Produksi kakao Provinsi Lampung mencapai 21.000 ton per tahun atau yang terbesar keenam dibandingkan provinsi lain di Indonesia. Volume ekspor kakao Provinsi Lampung menempati urutan ketujuh atau sebesar 1,15% dari total ekspor komoditas perkebunan Provinsi Lampung dan nilai ekspor terbesar keenam atau sebesar 4,65% (BPS Provinsi Lampung 2015).

Salah satu daerah sentra produksi kakao di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan. Kabupaten Lampung Selatan memiliki luas areal dan produksi kakao terbesar keempat (setelah Tanggamus, Pesawaran dan Lampung Timur), tetapi dari segi produktivitas, Kabupaten Lampung Selatan menempati urutan pertama dibandingkan kabupaten lainnya. Sentra penghasil

kakao di Kabupaten Lampung Selatan adalah Kecamatan Merbau Mataram dan Kecamatan Way Panji, dengan luas areal dan produksi terbesar dibandingkan kecamatan lainnya.

Dua kecamatan tersebut merupakan wilayah dengan populasi petani kakao tertinggi di Kabupaten Lampung Selatan, yang mengundang banyak para pelaku pemasaran untuk datang dan melakukan transaksi kakao. Rantai pemasaran kakao memiliki beberapa alur, di antaranya penjualan petani kepada pedagang pengumpul dan penjualan petani kepada pedagang besar. Penjualan kakao kepada pedagang pengumpul akan diteruskan ke pedagang besar, sedangkan penjualan kakao kepada pedagang besar akan diteruskan ke pabrik pengolah atau kepada eksportir. Dengan demikian, panjang/pendeknya jalur distribusi/penjualan juga menjadi salah satu penyebab pembentukan harga komoditas akhir.

Telah banyak penelitian tentang analisis kelayakan finansial kakao, seperti penelitian Kawati (2013) dan Palusu (2014), yang menunjukkan bahwa secara finansial usahatani kakao menguntungkan. Akan tetapi analisis kelayakan dari segi ekonomi, hasilnya belum tentu sama dengan analisis kelayakan finansial, sehingga perlu dilakukan

analisis untuk mengetahui kelayakan ekonomi kakao.

Berdasarkan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan ekonomi usahatani kakao, dan menganalisis struktur pasar, saluran pemasaran dan margin pemasaran kakao rakyat di Kabupaten Lampung Selatan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Merbau Mataram dan Kecamatan Way Panji, yang merupakan sentra penghasil kakao di Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan sentra penghasil kakao di Propinsi Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Jumlah sampel, yaitu sebanyak 40 petani, dari jumlah total populasi 470 petani. Pengambilan sampel untuk pemasaran dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2005), cara pengambilan sampel dengan teknik ini dilakukan berantai, pelaksanaannya pertama-tama dilakukan wawancara terhadap sampel petani, selanjutnya yang bersangkutan diminta untuk menyebutkan calon responden lainnya sehingga didapat suatu rantai pemasaran.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, dan beberapa instansi terkait.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis kelayakan ekonomi, analisis laju kepekaan (sensitivitas) dan analisis margin pemasaran. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk saluran pemasaran dan struktur pasar.

Analisis kelayakan ekonomi merupakan analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu kegiatan investasi (usaha) yang dijalankan tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Menurut Kadariah (2001), ada beberapa metode atau kriteria investasi yang biasa dipertimbangkan untuk dipakai dalam analisis ekonomi, yaitu :

a. Net Present Value (NPV)

$$NPV = \sum PV B_t - \sum PV C_t \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

B_t = Penerimaan (*benefit*) pada tahun ke-t

C_t = Biaya (*cost*) pada tahun ke-t

b. Internal Rate of Return (IRR)

$$IRR = i_2 + \frac{NPV_1}{NPV_1 + NPV_2} x (i_1 - i_2) \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

i_1 = Discount rate yang menghasilkan NPV negative

i_2 = Discount rate yang menghasilkan NPV positif

c. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

$$\text{Net B/C Ratio} = \frac{\sum PV \text{ net } B_t \text{ Positiv}}{\sum PV \text{ net } B_t \text{ Negatif}} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

B_t = Penerimaan bersih (*net benefit*) pada tahun ke-t

d. Gross Benefit Cost Ratio (Gross B/C)

$$\text{Gross B/C Ratio} = \frac{\sum PV B_t}{\sum PV C_t} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

B_t = Penerimaan kotor (*benefit*) pada tahun ke-t

C_t = Biaya (*cost*) pada tahun ke-t

e. Payback Period (PP)

$$PP = n + \frac{a - b}{c - b} \times 1 \text{ tahun} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

n = Tahun terakhir jumlah arus kas yang belum menutupi investasi mula-mula

a = Investasi mula-mula

b = Arus kas kumulatif tahun ke-n

c = Arus kas kumulatif tahun ke n+1

Nilai suku bunga yang digunakan pada penelitian Ini adalah tingkat suku bunga sebesar 9,8% berdasarkan suku bunga pinjaman Kredit Usaha

Rakyat (KUR) Retail Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang berlaku saat ini ditambah dengan rata-rata tingkat inflasi Provinsi Lampung (*year to year*), yang terjadi selama 2 tahun terakhir (2014-2015), yaitu sebesar 6,51%, sehingga diperoleh tingkat suku bunga sosial sebesar 16,31%, yang digunakan sebagai *discount factor* (DF).

Harga sosial untuk barang-barang yang diekspor menggunakan harga perbatasan FOB (*Free On Board*), sedangkan harga sosial untuk barang-barang yang diimpor menggunakan harga perbatasan CIF (*Cost, Insurance, and Freight*). Harga sosial *output* yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga FOB, karena kakao merupakan komoditi yang di ekspor. Harga sosial bibit kakao sama dengan harga privat. Harga sosial pupuk urea didekati dari harga FOB, sedangkan harga sosial untuk pupuk SP36, KCL, Phonska, NPK pendekatannya menggunakan harga CIF (Kariyasa 2007).

Harga sosial pestisida didekati dengan harga rata-rata aktual, kemudian dikurangi tarif impor sebesar 10% dan pajak pertambahan nilai 10%, sehingga diperoleh harga sosial dari dari pestisida cair adalah 80% dari harga privatnya (Saptana, dkk, 2001). Harga sosial peralatan sama dengan harga privat peralatan. Tenaga kerja yang digunakan dalam usahatani kakao berasal dari masyarakat daerah setempat. Harga sosial lahan yang digunakan adalah sewa lahan aktual, sehingga harga sosial lahan sama dengan harga privatnya.

Analisis sensitivitas digunakan untuk menghitung kepekaan analisis ekonomi (*NPV, IRR, Net B/C, Gross B/C Ratio* dan *PP*) terhadap perubahan yang terjadi, seperti peningkatan biaya produksi sebesar 6,51%, penurunan harga jual sebesar 18,85%, dan penurunan produksi sebesar 6,74%. Analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya produksi didasarkan pada rata-rata laju inflasi Provinsi Lampung (*year to year*), yang terjadi selama 2 tahun terakhir (2014-2015), yaitu sebesar 6,51% (BI 2016), penurunan harga jual sebesar 18,85%, yang didasarkan pada penurunan harga FOB kakao dari tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu dari harga 2,97 US\$/kg menjadi 2,41 US\$/kg, yang merupakan penurunan terbesar yang terjadi dalam waktu lima tahun terakhir (BPS Provinsi Lampung 2015). Menurut Kadariah (2001), analisis laju kepekaan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Laju Kepekaan} = \frac{\frac{X_1 - X_0}{X_r} \times 100\%}{\frac{Y_1 - Y_0}{Y_r} \times 100\%} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

- X_1 = NPV/IRR/Net B/C Ratio/PP/Gross B/C Ratio setelah terjadi perubahan
- X_0 = NPV/IRR/Net B/C Ratio/PP/Gross B/C Ratio sebelum terjadi perubahan
- X_r = Rata-rata perubahan NPV/IRR/ Net B/C Ratio/PP/Gross B/C Ratio
- Y_1 = Harga jual /biaya produksi/produksi setelah terjadi perubahan
- Y_0 = Harga jual/biaya produksi/produksi sebelum terjadi perubahan
- Y_r = Rata-rata perubahan harga jual/biaya produksi

Analisis saluran pemasaran dan struktur pasar dianalisis secara deskriptif kualitatif. Saluran pemasaran merupakan suatu jalur arus yang dilalui oleh barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen (Hasyim 2012). Penentuan saluran pemasaran adalah untuk mengetahui seluruh saluran atau bagian dari pemasaran yang terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang berperan dalam penyampaian barang atau jasa dari produsen hingga konsumen akhir. Pada analisis struktur pasar, hal-hal yang dipertimbangkan dalam menentukan struktur pasar, yaitu: (i) jumlah lembaga pemasaran, (ii) hambatan bagi pesaing baru untuk memasuki pasar, (iii) keadaan produk yang diperjualbelikan, (iv) penentu harga, dan (v) sumber informasi pasar. Marjin pemasaran dianalisis secara kuantitatif. Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (P_f) dengan harga di tingkat pengecer (P_r) yang terdiri dari keuntungan dan biaya (Hasyim 2012). Secara matematis, total marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_r - P_f \dots\dots\dots (7)$$

Besarnya bagian (*share*) harga yang diterima petani (S_p) dari harga pengecer dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_p = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots (8)$$

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*ratio profit margin*) pada masing masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan

M_{ji} = Marjin lembaga pemasaran tingkat ke-i tingkat ke-i

B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Pr = Harga pada tingkat konsumen

Pf = Harga pada tingkat petani

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Responden

Responden petani pada penelitian ini mayoritas (37,50%) berumur 41 – 52 tahun dengan tingkat pendidikan yang tergolong rendah hanya tamat SD (37,50%). Lama pengalaman usahatani kakao terbanyak (55,00%) adalah selama 11 – 20 tahun dengan mayoritas (40,00%) petani memiliki luas lahan 0,50 ha. Pedagang yang menjadi responden pada penelitian ini adalah 10 (sepuluh) orang dengan umur berkisar antara 30 – 66 tahun dan tingkat pendidikan terbanyak (50,00%) adalah tamatan SMA. Pengalaman pedagang responden dalam menjalankan usahanya berada pada kisaran 3 – 18 tahun.

Biaya Investasi

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk usahatani kakao sebelum tanaman kakao menghasilkan. Biaya investasi yang dikeluarkan meliputi biaya lahan, bibit kakao, bibit tanaman pelindung (pisang), dan lantai jemur. Pada penelitian ini, lahan yang digunakan dalam perhitungan dianggap lahan yang disewa dalam keadaan kosong, sehingga biaya bibit kakao akan dihitung secara terpisah. Harga sewa lahan rata-rata di daerah penelitian adalah Rp3.000.000,00/ha/tahun.

Bibit yang dipakai oleh petani responden adalah bibit lokal. Harga rata-rata bibit kakao lokal di pasar sebesar Rp1.625,00/batang dan bibit tanaman pelindung (pisang) sebesar Rp1.342,00/batang.

Dalam 1 hektar lahan rata-rata ditanami sebanyak 622 bibit kakao dan 189 bibit tanaman pelindung (pisang), sehingga biaya bibit yang diperlukan adalah Rp31.264.388,00/ha. Biaya rata-rata pembuatan lantai jemuran sebesar Rp1.548.484,85.

Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang besarnya dipengaruhi oleh besarnya produksi dan habis dalam satu kali produksi. Biaya operasional mencakup biaya tenaga kerja, peralatan, pupuk dan pestisida. Tenaga kerja dalam usahatani kakao terdiri dari tenaga kerja dari dalam keluarga dan luar keluarga. Penggunaan tenaga kerja tersebut dinyatakan dalam satuan HOK (hari orang kerja). Biaya tenaga kerja tersebut terdiri dari biaya pengolahan tanah, pembuatan lubang, penanaman bibit, penyulaman bibit, pemupukan tanaman, penyiangan, pengendalian HPT, pemangkasan, panen dan pasca panen, yaitu sebesar Rp5.623.000,00.

Peralatan yang digunakan oleh petani dalam usahatani kakao terdiri dari cangkul, sabit/arit, tangki semprot/sprayer, golok, gantol, garu/krek, terpal. Biaya peralatan pada usahatani kakao sebesar Rp1.187.375,00. Biaya pupuk pada usahatani kakao termasuk dalam biaya operasional yang harus dikeluarkan petani setiap tahun. Pupuk yang digunakan dalam usahatani kakao bermacam-macam jenisnya, yaitu pupuk Urea, SP36, KCL, Phonska, NPK, dan kandang. Pestisida yang digunakan petani, meliputi Fastac, Sidametrin, Amistartop, Sidolaris, Roundup, dan Gramaxone. Biaya pupuk dan pestisida pada usahatani kakao sebesar Rp9.270.902,25

Penerimaan Usahatani Kakao

Tanaman kakao mulai berproduksi pada umur 4 tahun. Produksi kakao yang rendah pada saat umur 4 tahun disebabkan tanaman kakao baru mulai berbuah. Produksi biji kering kakao asalan rata-rata yang dihasilkan dari sekitar 622 pohon kakao umur 4-20 tahun adalah 1.131,59 kg/ha atau setara 1,81 kg/pohon. Penerimaan yang diperoleh petani selama 20 tahun adalah sebesar Rp558.968.200,91.

Analisis Kelayakan Ekonomi

Kelayakan ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan, dianalisis dengan menggunakan tingkat suku bunga sosial sebesar 16,31%

pertahun. Hasil analisis kelayakan ekonomi meliputi NPV, IRR, *Net B/C*, *Gross B/C*, dan *Payback Period*, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa NPV bernilai positif atau lebih besar dari nol, sehingga dapat dikatakan bahwa secara ekonomi, usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Nilai IRR menunjukkan bahwa investasi usahatani kakao yang dilakukan akan memberikan pengembalian sebesar 45,71% dari investasi awal. Nilai IRR yang dihasilkan lebih besar dari tingkat suku bunga sosial yang digunakan, sehingga hal ini berarti secara ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Nilai *Net B/C* menunjukkan bahwa setiap Rp1.000.000,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan bersih sebesar Rp4.030.000,00. Nilai *Net B/C* tersebut lebih besar dari 1, ini berarti bahwa secara ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Nilai *Gross B/C* menunjukkan bahwa setiap Rp1.000.000,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan kotor usahatani kakao sebesar Rp1.860.000,00 menunjukkan bahwa secara ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan dan layak untuk dijalankan karena nilai *Gross B/C* > 1.

Nilai *payback period* usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menunjukkan bahwa investasi awal yang dikeluarkan, akan dikembalikan dalam jangka waktu 5 tahun 7 bulan. Jangka waktu pengembalian investasi tersebut lebih pendek dari umur ekonomis usahatani kakao yaitu 20 tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa secara ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Tabel 1. Analisis ekonomi usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan 2016

No.	Kriteria Investasi	Nilai	Hasil
1.	<i>Net Present Value</i> (Rp)	55.259.685,25	Layak
2.	<i>IRR</i> (%)	45,71%	Layak
3.	<i>Net B/C</i>	4,03	Layak
4.	<i>Gross B/C</i>	1,86	Layak
5.	<i>PP</i> (tahun)	5,70	Layak

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kawati (2013) tentang kelayakan finansial dan prospek usahatani kakao di PTPN XII kebun Banjarmasin Kabupaten Jember. Pada penelitian tersebut diperoleh nilai NPV Rp87.981.381,60, IRR 66,8%, *Net B/C* 4,33, *Gross B/C* 1,95, dan *Payback Period* 4,48 tahun, sehingga dapat disimpulkan bahwa usahatani kakao secara finansial menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Analisis Sensitivitas

Selanjutnya untuk mengantisipasi adanya fluktuasi produksi, biaya produksi, dan harga jual, maka dilakukan analisis sensitivitas. Hasil analisis sensitivitas dilakukan dengan asumsi terjadi kenaikan biaya produksi sebesar 6,51%, penurunan harga jual sebesar 18,85, dan penurunan produksi sebesar 6,74%, disajikan pada tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa analisis laju kepekaan yang dilakukan terhadap nilai NPV, IRR, dan *Net B/C* setelah terjadi peningkatan biaya produksi sebesar 6,51%, penurunan harga jual 18,85%, dan penurunan produksi 6,74% bernilai lebih besar dari satu. Hal ini berarti usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan sensitif atau peka terhadap ketiga perubahan tersebut, sehingga dapat menurunkan nilai NPV, IRR, dan *Net B/C*.

Laju kepekaan, *Gross B/C*, dan *Payback Period* setelah terjadi peningkatan biaya produksi sebesar 6,51%, penurunan harga jual sebesar 18,85% dan penurunan produksi sebesar 6,74%, bernilai lebih kecil dari satu, yang berarti tidak sensitif atau tidak peka terhadap ketiga perubahan tersebut.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kawati (2013) tentang kelayakan finansial dan prospek usahatani kakao di PTPN XII kebun Banjarmasin Kabupaten Jember. Pada penelitian tersebut setelah dianalisis laju kepekaan (sensitivitas) pada peningkatan biaya produksi sebesar 10,83%, penurunan harga jual sebesar 15,24% dan penurunan produksi sebesar 9,67%, diperoleh laju kepekaan NPV, IRR, *Net B/C*, *Gross B/C*, dan *Payback Period* bernilai kurang dari satu, sehingga dapat disimpulkan bahwa usahatani kakao menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

Tabel 2. Analisis sensitivitas usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan 2016

Perubahan	Nilai perubahan	Laju kepekaan	Ket.
<u>Biaya produksi naik 6,51%</u>			
- NPV (Rp)	51.087.618,92	1,24	S
- IRR (%)	42,60%	1,12	S
- <i>Net B/C</i>	3,55	2,01	S
- <i>Gross B/C</i>	1,75	0,97	TS
- PP (tahun)	5,95	0,68	TS
<u>Harga jual turun 18,85%</u>			
- NPV (Rp)	33.363.689,79	2,37	S
- IRR (%)	36,37%	1,09	S
- <i>Net B/C</i>	2,72	1,87	S
- <i>Gross B/C</i>	1,52	0,97	TS
- PP (tahun)	6,62	0,72	TS
<u>Produksi turun 6,74%</u>			
- NPV (Rp)	45.430.560,08	2,19	S
- IRR (%)	42,56%	1,02	S
- <i>Net B/C</i>	3,54	1,86	S
- <i>Gross B/C</i>	1,74	0,96	TS
- PP (tahun)	5,95	0,62	TS

Keterangan:

S = Sensitif

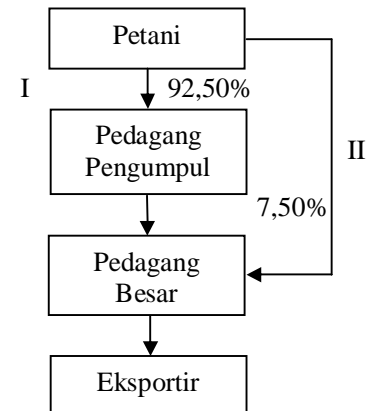
TS = Tidak Sensitif

Analisis Efisiensi Pemasaran

Saluran Pemasaran

Dari hasil penelitian diketahui bahwa pemasaran biji kakao di Kabupaten Lampung Selatan terdiri dari 2 saluran pemasaran, seperti disajikan pada Gambar 1. Saluran pemasaran I terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan eksportir. Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling banyak terjadi. Dari 40 orang petani, sebanyak 37 orang petani (92,50%) menjual biji kakao kepada pedagang pengumpul, selanjutnya pedagang pengumpul menjual biji kakao kepada pedagang besar, yang kemudian oleh pedagang besar dijual seluruhnya kepada eksportir.

Saluran Pemasaran II terdiri dari petani, pedagang besar, dan eksportir. Saluran pemasaran II menggambarkan bahwa petani langsung menjual kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengumpul. Dari 40 orang petani, terdapat 3 orang petani (7,50%), yang menjual biji kakao langsung kepada pedagang besar, selanjutnya pedagang pedagang besar menjual seluruhnya kepada eksportir.



Gambar 1. Saluran pemasaran kakao

Struktur Pasar

Dalam saluran pemasaran kakao di Kabupaten Lampung Selatan, terdapat 4 jenis lembaga pemasaran, yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan eksportir. Jumlah petani kakao secara keseluruhan lebih banyak daripada jumlah pedagang pengumpul, pedagang besar dan eksportir, di mana semakin turun hirarki pemasaran maka semakin sedikit jumlah lembaga pemasarannya, sehingga struktur pasar yang terbentuk adalah oligopsoni.

Pembentukan harga yang terjadi pada tingkat petani sebagian besar ditentukan oleh pedagang pengumpul, walaupun telah terjadi proses tawar menawar, namun posisi petani cenderung menjadi penerima harga. Pada tingkatan petani, terdapat akses yang terbatas pada informasi harga dan mutu biji kakao. Pada tingkatan pedagang pengumpul, akses tentang informasi harga dan mutu biji kakao sudah lebih baik. Pedagang pengumpul mendapat informasi harga dari tingkatan pedagang yang lebih tinggi, di mana sumber informasinya adalah eksportir yang memperoleh harga pasaran dunia untuk biji kakao.

Marjin Pemasaran

Analisis marjin pemasaran digunakan untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran. Pada pemasaran biji kakao terdapat 2 saluran pemasaran, sehingga akan terdapat 2 analisis marjin pemasaran. Besarnya bagian harga petani (*producers share*), marjin keuntungan, dan RPM untuk masing-masing saluran pemasaran disajikan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa bagian harga yang diterima petani (*producers share*) terhadap

harga ditingkat eksportir adalah 82,38%. RPM yang diperoleh pedagang pengumpul adalah 2,80, yang berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul akan memberikan keuntungan sebesar Rp2,80. RPM yang diperoleh pedagang besar adalah 1,17, yang berarti setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar akan memberikan keuntungan sebesar Rp1,17. Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa bagian harga yang diterima petani (*producers share*) menunjukkan peningkatan jika petani langsung menjual biji kakao kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengumpul. Bagian harga yang diterima petani naik menjadi 88,10% atau lebih besar dibandingkan pada saluran pertama.

Tabel 3. Analisis margin pemasaran biji kakao pada saluran I di Kabupaten Lampung Selatan 2016

No	Uraian	Rp/Kg	Nilai	Share*
1	Petani			
	- Harga Jual Petani	23.065,79		82,38
2	Pedagang Pengumpul			
a.	Harga Beli	23.065,79		
b.	Margin Biaya Total	684,62		
	- Biaya Transportasi	80,00		
	- Biaya Tenaga Kerja	80,00		
	- Biaya Penyusutan	484,62		
	- Biaya Kemasan	40,00		
c.	Margin Keuntungan	1.916,26		
d.	Rasio Profit Margin		2,80	
e.	Harga Jual	25.666,67		
3	Pedagang Besar			
a.	Harga Beli	25.666,67		
b.	Margin Biaya Total	1075,40		
	- Biaya Transportasi	80,00		
	- Biaya Tenaga Kerja	80,00		
	- Biaya Penyusutan	875,40		
	- Biaya Kemasan	40,00		
c.	Margin Keuntungan	1.257,94		
d.	Rasio Profit Margin		1,17	
4	Konsumen (eksportir)			
	- Harga Beli	28.000,00		100,00

Ket : *) Persentase harga yang diterima produsen (petani) terhadap harga yang dibayar oleh konsumen (eksportir)

Di sisi pedagang besar, pembelian langsung dari petani juga membuat margin keuntungan, dan RPM meningkat dibandingkan dengan membeli dari pedagang pengumpul.

Berdasarkan Tabel 3 dan 4, terlihat adanya variasi nilai margin keuntungan, RPM, dan *producers share* pada masing-masing lembaga pemasaran di tiap saluran pemasaran, seperti disajikan secara ringkas pada Tabel 5.

Tabel 4. Analisis margin pemasaran biji kakao pada saluran II di Kabupaten Lampung Selatan 2016

No	Uraian	Rp/Kg	Nilai	Share*
1	Petani			
	- Harga Jual Petani	24.666,67		88,10
2	Pedagang Besar			
a.	Harga Beli	24.666,67		
b.	Margin Biaya Total	1075,40		
	- Biaya Transportasi	80,00		
	- Biaya Tenaga Kerja	80,00		
	- Biaya Penyusutan	875,40		
	- Biaya Penyusutan	40,00		
c.	Margin Keuntungan	2.257,94		
d.	Rasio Profit Margin		2,10	
3	Konsumen (eksportir)			
	- Harga Beli	28.000,00		100,00

Tabel 5. Sebaran margin keuntungan, RPM, dan *producers share*

SP	Margin Keuntungan (Rp/Kg)		RPM		Share*
	PP	PB	PP	PB	P
I	1.916,26	1.257,94	2,80	1,17	82,38
II		2.257,94	-	2,10	88,10

Keterangan:

P = Petani

SP = Saluran pemasaran

PP = Pedagang pengumpul

PB = Pedagang besar

RPM = Ratio profit margin

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa berdasarkan margin keuntungan yang diperoleh pedagang besar pada saluran pemasaran kedua lebih besar dibandingkan saluran pemasaran pertama. RPM yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran tidak merata dan selisihnya tidak sama dengan nol, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran kakao di Kabupaten Lampung Selatan belum efisien. Bagian harga yang diterima petani (*producers share*) pada saluran pemasaran kedua lebih tinggi dibandingkan pada saluran pemasaran pertama. Hal ini disebabkan oleh harga jual petani yang lebih tinggi jika petani langsung menjual biji kakao kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengumpul.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Salfida (2016) tentang analisis pemasaran kakao di Kabupaten Dairi. Pada penelitian tersebut diperoleh nilai RPM yang tidak merata dan selisihnya tidak sama dengan nol. Nilai RPM pada pedagang pengumpul dan pedagang besar masing-masing adalah 2,41 dan 1,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran kakao di Kabupaten Dairi belum efisien.

KESIMPULAN

Usahatani kakao di Kabupaten Lampung Selatan secara ekonomi layak diusahakan. Perubahan peningkatan biaya produksi, penurunan harga jual, dan penurunan produksi, menyebabkan nilai NPV, IRR, dan *Net B/C* sensitif atau peka terhadap perubahan ketiga perubahan tersebut, sehingga dapat menurunkan nilai NPV, IRR, dan *Net B/C*. Terdapat 2 saluran pemasaran dalam sistem pemasaran kakao di Kabupaten Lampung Selatan. Struktur pasar mengarah pada bentuk oligopsoni. RPM yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran tidak merata dan selisihnya tidak sama dengan nol. Bagian harga yang diterima petani (*producers share*) pada saluran pemasaran kedua lebih tinggi, dimana harga jual dan keuntungan yang diperoleh lebih tinggi jika petani langsung menjual biji kakao kepada pedagang besar tanpa melalui pedagang pengumpul.

DAFTAR PUSTAKA

- Astanu DA, Ismono RH, dan Rosanti N. 2013. Analisis kelayakan finansial budidaya intensif tanaman pala di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *JIIA*, 1(3): 218-225. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/576/538>. [5 Januari 2017]
- BPS [Badan Pusat Statistik] Provinsi Lampung. 2015. *Lampung dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- BRI [Bank Rakyat Indonesia]. 2016. *Prime Lend Rate*. <http://bri.co.id/resource/sbdk.ap>. [14 Desember 2016].
- Delita AL, Prasmatiwi FE, dan Yanfika H. 2015. Analisis kelayakan finansial dan efisiensi pemasaran lada di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan. *JIIA*, 3(2): 130-139. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/1031/936>. [19 Januari 2017].
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kadariah. 2001. *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.
- Kaizan, Arifin B, dan Santoso H. 2014. Kelayakan Finansial dan Nilai Ekonomi (*Land Rent*) Pada Penggantian Usahatani Kopi Menjadi Karet di Kabupaten Way Kanan. *JIIA*, 2(4): 308-315. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/984/890>. [9 Januari 2017]
- Kariyasa K. 2007. Analisis keunggulan komperatif dan insentif berproduksi jagung di Sumatra Utara. *Jurnal Penelitian Bidang Ekonomi*, 6(1): 96-116. <http://jurnal.unsyiah.ac.id/agripet/article/download/1206/1104>. [8 Januari 2017]
- Kawati, ER, Hariyati Y, dan Kusmiati A. 2013. Kelayakan finansial dan prospek usahatani kakao di PTPN XII Kebun Banjarmasin Kabupaten Jember. *Jurnal*, 4(1): 118-124. <http://jurnal.unej.ac.id/Elok%20Riski%20Kawati%20%20081510>. [8 Mei 2017]
- Palusu C, Hadayani, dan Kalaba Y. 2014. Kelayakan usahatani kakao di Desa Sidondo IV Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Jurnal*, 3(1):141-150. <http://jurnal.usu.ac.id/bitstream/123456789/3/Chapter%20II>. [8 Mei 2017]
- Salfida N, Tarigan K, dan Lubis SN. 2016. Analisis efisiensi pemasaran kakao di Kabupaten Dairi. *Jurnal*, 3(1): 128-136. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/3084/3293>. [8 Mei 2017].
- Friyatno SS dan Purwantini, TB. 2001. Analisis daya saing komoditi tembakau rakyat di Klaten Jawa Tengah. *Jurnal*, 4(2): 132-141. [http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/\(7\)%20so casaptanasupenadaya%20saing%20komoditas\(1\).pdf](http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/(7)%20so casaptanasupenadaya%20saing%20komoditas(1).pdf). [12 Desember 2017].
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.